

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Mesir merupakan salah satu negara tujuan ekspor kopi Indonesia terbesar yang berada di posisi ke-empat pada tahun 2020. Dengan adanya krisis Pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2020, mengakibatkan turunnya nilai ekspor kopi di berbagai negara termasuk Mesir. Indonesia sebagai negara produsen kopi terbesar keempat di dunia, mengambil peluangnya dengan menetapkan Mesir sebagai tujuan perluasan pasar kopinya. Hal tersebut karena ekspor kopi Indonesia ke Mesir yang selalu mengalami peningkatan pada periode 2014-2019. Penelitian ini melihat lebih lanjut upaya-upaya yang dilakukan Indonesia dalam mendorong ekspor komoditas kopi ke Mesir melalui diplomasi publik untuk menyampaikan kepentingannya kepada negara lain dengan cara memahami, melibatkan, menginformasikan, dan mempengaruhi publik asing. Oleh karena itu, Indonesia melakukan diplomasi publik terhadap Mesir untuk meningkatkan perdagangan internasional Indonesia ke Mesir, dalam hal ini adalah ekspor komoditas kopi guna mendongkrak roda perekonomian Indonesia yang krisis akibat pandemic COVID-19.

Beberapa hal yang dilakukan Indonesia untuk menerapkan diplomasi publik terhadap Mesir adalah; Pertama, melakukan koordinasi kebijakan pada tataran nasional dengan mengikuti dan mengadakan pameran-pameran perdagangan internasional, yakni Trade Expo Indonesia, Food Africa Expo, Cairo Supermarket Expo, Cairo International Fair. Melalui pameran dunia, pelaku industri berkesempatan menjajaki peluang memasarkan produknya ke mancanegara terutama dengan kehadiran *Buyer* internasional, investor, serta jejaring perwakilan sehingga keberhasilan akan penjajakan yang dilakukan dapat menghasilkan sebuah transaksi dagang dan berimplikasi pada meningkatnya nilai ekspor Indonesia. Kedua, dalam mendukung kebijakan peningkatan ekspor, Indonesia mengupayakan kerjasama melalui pameran Kopi di Kota-Kota besar di Mesir. Dengan upaya ini masyarakat Mesir akan semakin akrab dengan kopi Indonesia dimana para pecinta kopi dapat menikmati kelezatan kopi Indonesia, dan permintaan terhadap kopi

Indonesia di Mesir akan semakin meningkat Selain itu, partisipasi pada kegiatan ini juga ditujukan untuk menggaet pebisnis dan investor di setiap kota tersebut.

Ketiga, Pesan yang disampaikan ke mancanegara harus konsisten dan kredibel. Oleh karena itu, KBRI menginisiasi program “diplomasi kopi” dalam menyebarkan pesan atau kepentingannya, dengan melakukan kunjungan ke pabrik-pabrik kopi dan kedai kopi yang ada di Mesir untuk membangun relasi dan kepercayaan dengan para *stakeholders* kopi di Mesir. Pendekatan secara langsung ini sangat efektif dalam membangun citra baik Indonesia, karena para pemangku kepentingan akan merasa tersanjung dan terhormat dengan pembinaan yang dilakukan oleh Indonesia. Kemudian yang Keempat, untuk menghindari kontradiksi antara konsistensi dan pembuat pesannya, Indonesia membuat desain tagline “*Remarkable Indonesian Coffee*” sebagai upaya nyata untuk membangun citra positif Indonesia sebagai negara produksi kopi dengan keberagaman dan varietas kopinya

Upaya yang Kelima adalah memanfaatkan saluran komunikasi yang ada dalam menyebarkan kepentingannya yaitu melalui internet, *broadcasting*, pertukaran Pendidikan dengan pemberdayaan diaspora, serta komunikasi dari mulut ke mulut. Dalam implementasinya diaspora Indonesia menjadi jembatan antara importir Mesir dan pengusaha kopi di daerahnya sehingga bisa mengupayakan agar produk kopi daerahnya bisa dijual di Mesir. Keenam, memperluas aliansi dan kerjama dengan aktor non negara dimana seluruh kegiatan yang dilakukan Indonesia yang bekerja sama dengan berbagai pebisnis yang terdiri dari para eksportir kopi Indonesia, serta diaspora Indonesia yang berada di Mesir dapat membangun fondasi kepercayaan dan pemahaman melalui komitmen dan dialog.

Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, Indonesia berhasil untuk meningkatkan minat dan ekspor kopi Indonesia ke Mesir hanya dalam kurun waktu satu tahun dengan peningkatan tertinggi pada tahun 2020-2021 yakni 16 ribu ton dari 32.54 ke 48.52 ribu ton. Sehingga, upaya diplomasi publik Indonesia sebagian besar memenuhi tujuh kunci keberhasilan diplomasi publik menurut Christoper Ross. Kegiatan diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor negara maupun non-negara dapat terus menjadi strategi jangka panjang dalam memperkenalkan identitas dan

ciri khas Indonesia kepada masyarakat internasional agar identitas Indonesia dapat diketahui oleh dunia internasional, khususnya dengan kegiatan diplomasi publik melalui kopi Indonesia yang sangat beragam. Sehingga dengan adanya upaya diplomasi publik ini dapat memberikan tren positif untuk ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

VI.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis terkait penelitian diplomasi publik Indonesia dalam upaya meningkatkan ekspor kopi ke Mesir Periode 2020-2021, penulis dapat memberikan beberapa masukan atau saran praktis:

1. Pentingnya peran aktif KBRI, Atase Perdagangan, Kementerian Perdagangan, serta beberapa inkubasi ekspor swasta yang sudah kuat. Perusahaan produsen biji kopi diharapkan dapat memanfaatkan keberadaan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri di Mesir cq. Atase Perdagangan untuk mendapatkan informasi yang tepat terutama perilaku pengusaha importir secara umum, kondisi pasar, peluang ekspor dan informasi lainnya, dan mengirimkan *Company Profile*, barang contoh (*bila memungkinkan*) dan *contact person* yang dapat dihubungi untuk dicarikan calon mitra di Mesir dan untuk dipamerkan di Ruang Display Kantor Atase Perdagangan Cairo yang dapat dilihat oleh para *buyer* potensial Mesir yang datang berkunjung ke Kantor Atase Perdagangan
2. Adanya tren positif terkait eksportasi kopi di Mesir dari biji kopi pilihan Indonesia sejak 5 tahun terakhir (2017 – 2021) sebesar 7,67%. Persentase ini perlu lebih ditingkatkan lagi di masa-masa yang akan datang. Dengan predikat Indonesia sebagai eksportir nomor satu ke Mesir, tetap dapat memberi semangat kepada para petani dan pekebun kopi untuk lebih memacu peningkatan dan mempertahankan kualitas biji kopi dan kuantitas produk kopi sehingga dapat memenuhi kebutuhan biji kopi Indonesia di pasar Mesir. Kemudian, perlunya membangun *branding* bahwa produk biji kopi Indonesia berkualitas tinggi dan dapat memenuhi keinginan konsumen Mesir, melakukan promosi melalui Pameran-pameran dagang khusus produk

makanan dan minuman yang diselenggarakan setiap tahun di Mesir, dan memanfaatkan semua saluran komunikasi yang ada seperti internet, *broadcasting*, publikasi cetak, *press placements*, travelling speaker, atau pertukaran Pendidikan dan budaya. Karena di era perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, media dapat menjadi alat yang dapat menunjang keberhasilan diplomasi publik.

3. Ekspor kopi robusta dan kopi arabika Indonesia ke Mesir masih perlu untuk ditingkatkan, dari hasil perkiraan tingkat konsumsi kebutuhan kopi di Mesir hal ini dapat menumbuhkan optimisme dan motivasi bagi seluruh *stakeholder* perkebunan dan eksportir kopi robusta untuk lebih berusaha dalam meningkatkan produksi dan ekspor kopi robusta dengan tujuan Mesir. Kopi Robusta yang paling diminati importir Mesir adalah Grade 1 sd *Grade 3 defect 45* sedangkan untuk Kopi Arabika, importir Mesir lebih tertarik untuk grade 1 bahkan saat ini berkembang animo masyarakat Mesir yang mencari dan menikmati kopi *specialty*.

Lalu untuk saran akademis yang dapat penulis berikan dari teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini bisa dikatakan penjelasan-penjelasan mengenai diplomasi publik sangat membantu penulis dalam proses menganalisis antara fenomena dan teori konsep yang digunakan guna menjawab pertanyaan penelitian. Akan tetapi, ada beberapa saran akademis yang dapat penulis berikan dari hasil penelitian ini, antara lain:

1. Diharapkan peneliti lain yang menggeluti diplomasi publik dapat mempelajari dan menganalisa lebih dalam lagi terkait aktifitas diplomasi publik Indonesia ke Mesir dan negara-negara potensial lainnya untuk komoditas kopi. Karena mengingat gencarnya pemerintah dalam mempromosikan kegiatan diplomasi publik ke berbagai negara. Dan diharapkan para peneliti lain khususnya mahasiswa, untuk dapat meneliti, mengkaji, dan menganalisa ulang dari setiap kegiatan diplomasi publik yang dilakukan baik itu oleh aktor negara maupun non negara, dengan perspektif yang lain sehingga kajian dari diplomasi publik yang dilakukan diharapkan dapat menjadi acuan bagi kegiatan diplomasi publik selanjutnya yang lebih

efektif, efisien, dan memiliki dampak positif jangka panjang bagi komoditas kopi Indonesia.

2. Terakhir, penulis mengharapkan kepada para peneliti lain untuk lebih peka terhadap pentingnya kegiatan diplomasi publik dalam mempromosikan komoditas-komoditas ekspor potensial ke negara lain dan mengurangi hambatan-hambatan bagi komoditas ekspor tersebut, khususnya komoditas kopi Indonesia ke Mesir. Dikarenakan kegiatan diplomasi publik bisa dikatakan sebagai fondasi awal bagi suatu komoditas ekspor tertentu untuk masuk ke pasar negara lain, sehingga komoditas tersebut dapat menjadi salah satu penghasil devisa negara guna menggerakkan roda perekonomian negara.